



**Aidan ROWE**

Assistant Professor in Visual Communication Design /  
Interactive New Media, University of Alberta, Canada

**에이든 로우**

알버타대학교 시각디자인 조교수, 캐나다

Aidan Rowe teaches design fundamentals, interactive media, design theory, and information design. His research, curatorial and practice interests are in design and education. Recent practice-based work explores human computer interaction, net. art, and information aesthetics. Written and pedagogic work revolves around understanding and improving design education in practical and theoretical forms. He has lectured and taught design in Canada, Japan, Korea, Germany, Hong Kong, France, and the UK.

Aidan Rowe는 design fundamentals, interactive media, design theory와 information design을 교육한다. 그의 연구, 큐레이터, 그리고 관심분야는 디자인과 교육이다. 최근의 작업은 human computer interaction, net.art 그리고 정보 미학이다. 저술과 교육 작업은 디자인 교육을 실천적 이론적 형태로 이해하고 향상하는 것을 중심으로 한다. 캐나다, 일본, 한국, 독일, 홍콩, 프랑스와 영국에서 디자인을 강의하고 교육한다.

# Design Smart / Smart Design: Intertwinng Technology, Culture, and Design

디자인 스마트 / 스마트 디자인: 기술, 문화, 디자인의 결합

Key Words:  
Culture, Communication, Technology, Design Education, Design Pedagogy

## ABSTRACT

Technologies and globalization have drastically changed how we design and who we design for and with. Historically design served as both a producer and representative of a specific culture – designed artefacts represented a particular history and society. Additionally the participants in the design process – client, designer and producer – also shared common histories, language and values.

Digital technologies have drastically expanded the possibilities for design, creating opportunities that move beyond traditional geographies and shared histories and languages. With these opportunities also come challenges – how do we collaborative through technologies? How do we communicate effectively when we do not share common histories or a common language? How can we design for, or with, a different culture?

These are the challenges currently facing design. This paper explores the relationship between culture, communication and technology and the new landscape and possibilities afforded by design. This paper focuses on design education and makes the case for an educational environment that interrogates this relationship – between culture, communication and technology, enabling students to situate their own design practice and future. I present a variety of projects that allow design students in Asia and in North America to work together – from a collaborative cultural identity project pairing up students from the two continents to a large international exhibition that brings together work from students of design from Asia, North America and the UK.

The paper concludes by examining the benefits and challenges of using culture, communication and technology as a focal point to enable smart design.

## 초록

기술과 세계화는 우리가 디자인 하는 방법과 누구를 위해, 누구와 함께 디자인 하는가를 급진적으로 바꿔놓았다. 역사적으로 디자인은 특정 문화의 생산자이며 대표자였다. 즉 디자인된 가공물(artefact)들은 특정 역사와 사회를 대표했다. 게다가 디자인 과정의 참가자인 클라이언트, 디자이너, 프로듀서 모두 공통의 역사, 언어, 가치관을 공유했다. 디지털 기술은 디자인의 가능성을 급진적으로 확장하여 전통적인 지리적 위치를 넘어선 기회를 창조하고 역사와 언어를 공유했다. 이 기회로 인해 기술을 통한 협업의 문제 또한 발생했다. 역사와 언어를 공유하지 않는 우리가 어떻게 효과적으로 커뮤니케이트 할 것인가? 다른 문화와 함께, 다른 문화를 위해 어떻게 디자인할 것인가?

이것들이 현재 디자인이 직면한 문제들이다. 이 논문은 문화, 커뮤니케이션, 그리고 기술의 관계를 그리고 디자인이 제공하는 새로운 전망과 가능성을 탐구한다. 이 논문은 디자인 교육에 초점을 두고 문화, 커뮤니케이션, 기술의 관계를 탐구하여 학생들이 자신의 디자인 실행과 미래를 말할 수 있는 교육 환경을 주장한다. 아시아와 북미의 디자인 학생들이 함께 일하는 다양한 프로젝트를 제시한다. 그것은 양 대륙의 학생들이 짝을 이루어 행하는 협업적 문화 정체성 프로젝트에서부터 아시아, 북미, 영국의 디자인 학생들의 작업을 모은 거대한 국제적 전시회를 포함한다.

이 논문은 스마트 디자인을 가능케 하는 초점으로써 문화, 커뮤니케이션, 기술을 사용하는 이점과 어려움을 검토하면서 끝을 맺는다.

**INTRODUCTION**

“It is through artefacts that cultural values are communicated. Design is, therefore, an important medium of communication which expresses the values of the system within which it functions.” (Moalosi, Popovic, and Hickling-Hudson 2008: 177)

The world of design has dramatically changed. New communication and production technologies have drastically transformed how we design and who we design for and with. The once dominant model of local design, fabrication and consumption, and the shared languages and understanding that accompanied this locality, has expanded to include a variety of alternative design scenarios. Where once designer, producer and user shared a physical location – now these activities are often undertaken in different countries and continents. (Bohemia, Harman, & Lauche 2009:18)

These expanded communication models also present opportunities for design – designers now have dramatically increased possibility to practice internationally. Where once design was concerned solely with, and able to confront, local issues there are opportunities of engaging with truly worldwide questions. Design is now truly a global affair.

These changing design models also affect the relationship between design and culture. Historically design has served as both a producer of and representative of culture-designed artefacts embodied and communicated a particular history, language and society. (Moalosi, Popovic, and Hickling-Hudson 2008: 177) Moving outside of a shared and common culture, for designer and user, presents new design possibilities.

While offering opportunities the changing landscape of design also present a plethora of challenges. How do we successfully collaborative through technologies? When we do not share common histories or languages how do we effectively communicate? How can we design for, or with, a different culture? How do we ensure that we take advantage of the technologies to design smartly?

These are the challenges facing the design profession, and in turn, design education. This paper explores the relationship between culture, communication and technology and the new landscape and possibilities afforded to design. Specifically the paper focuses on design education and makes the case for pedagogy that explores and interrogates this relationship between culture, communication and technology enabling students to situate their own design practice and future. The paper presents two collaborative projects that allowed design students in Asia and North America to work together. In one project students from two design schools were paired up to explore issues of communication and cultural identity, the second example documents an international collaborative exhibition that brought work together from students and staff of design from Asia, North America and the UK.

The paper concludes by examining some of the benefits and challenges of using culture, communication and technology as a focal point in design education. Possibilities are raised in relation to future practices for design education and the design profession to enable smart design.

**CHANGE IN DESIGN PRACTICE AND EDUCATION**

The last three decades have seen dramatic technological change in the design

profession – creating new opportunities, markets and practices. From the introduction of desktop publishing in the 1980s to the rise of the world wide web in the 90s to the more recent possibilities presented by 3D printing the link between design practice and technological change has continued to flourish.

In the last decade we have seen the solidification of the online and digital environment. The rise in the use of email and web 2.0 technologies like Skype, wikis and blogs allow new opportunities for communication and collaboration. Design practice has been quick to adapt and take advantage of these technologies – as both a platform for communication and as space to design for. For example, designers have explored and situated their practice in new design areas like the World Wide Web, e-commerce and online advertising. Designers have also taken advantage of the communicative possibilities – whether pitching their services internationally, working to collaborate with global partners or sourcing suppliers outside their local area. The design industry has moved into global and cross-cultural communication and production – where once designer, client and consumer were physically located together and shared a common cultural context, today an artefact may be designed on one continent, produced on another and sold in a third. (Bohemia, Harman, & Lauche 2009:18)

There are unique benefits to this design globalization – from a business point of view new markets are opened and economies of scale and scope come into play. From a more holistic point of view rich histories of practice are available and as Moalosi, Popovic, and Hickling-Hudson note the exploration of collaboration in and with new cultures provides a “point of departure for new design knowledge and new strategies in design thinking”, potentially pushing innovation in design. (2008: 187)

Distinct challenges though, related to design globalisation, arise from these practices, as Bohemia and Harmen note “it is often a complex challenge to successfully navigate and negotiate cross-cultural, cross-disciplinary, cross-organizational, and cross-geographical exchanges.” (2008: 59) How do we ensure that design globalization is not solely focused on cost efficiencies? How do we prepare designers for these “cross-geographical exchanges”? How do we ensure that access to new cultures and practices are genuine and positive, not merely superficial or exploitative?

These are some of the challenges faced by the design industry and design education. In many instances design education has not been as adept and quick to grasp the possibilities presented by these new technologies, only more recently have we seen more coherent and holistic education practices that concern globalization and culture emerge from design programs. And while universities have looked to internationalize, this has often been driven by a desire to enter new markets and attract new students. There is a growing consensus that there is a need for design education to probe and explore issues of culture and globalization. In addition to preparing design students for international opportunities and collaboration there are also rich and valuable learning possibilities presented. (Bohemia & Harman 2008: 60) (Hall & Twemlow 2011)

One of the key possibilities presented from designing in a global context is the recognition by students of their capacity to affect change in the world. Moving education from inside the design class studio into the real world through international collaboration confirms the global possibilities of design, in addition to creating what

Lombardi terms “authentic learning” – education that is rich, powerful and genuine. (2007: 2)

The two projects featured below have been developed to interrogate and explore issues of culture with the goal of enabling smart design. Intentionally we have explored issues of culture, communication and how technology can facilitate these exchanges. The goal has been to situate an authentic learning environment that enables cross-cultural communication while also furthering design practice, enabling the students to think and practice critically at local and global levels. (Canniffe 2011) (Postman and Weingartner 1969: 2)

BRANDING CITIES: UNIVERISTY OF ALBERTA & HONG KONG DESIGN INSTITUTE

In the winter semester of 2010 students from the Visual Communication Design programme at the University of Alberta (UofA) and from the Hong Kong Design Institute (HKDI) collaborated on a project entitled Branding Cities. This project brought together 30 students to work on the brief, 15 students from HKDI would focus on branding Edmonton, Canada (where the UofA is located) and 15 students from the UofA would work on branding Hong Kong, China.

Branding Cities was designed by staff at HKDI and the UofA as a project that would explore issues of culture, community and communication. To document and facilitate the project a blog was established, each UofA student was paired up with a HKDI student and each would serve as an advisor / client to their partner throughout the project.

Students began by researching their assigned city. A variety of research methods were used to collect initial data, a key approach was facilitated through the use of Flickr Galleries. A Flickr Gallery allows users to collect and curate imagery from other users – you are able to search through Flickr’s library of images and then collect together a selection. Students from HKDI began searching for and collecting imagery related to Edmonton while UofA students did the same for Hong Kong. Once collected students analysed the images and pulled together key words for their assigned locations. Students then presented their findings (Flickr Galleries and key words) to their partners for feedback. Students then had an opportunity to reflect and refine the Gallery selections.

With the initial research process completed, the next stage was the development of the brand identities for the cities. This component went through three stages of refinement and reflection with partners critiquing and giving feedback on the work. The final brand identities were presented online to their partners and to the local classes.

While the main task of the brief was a fairly standard design project – developing a brand identity for a client, the addition of the culture and communication elements helped to create a richer project that provided numerous other benefits for the students.

To begin with, students had to undertake research, both primary and secondary, for cultural groups that are removed (physically, historically, and socially) from the students themselves. Even though the UofA students had some knowledge of Hong

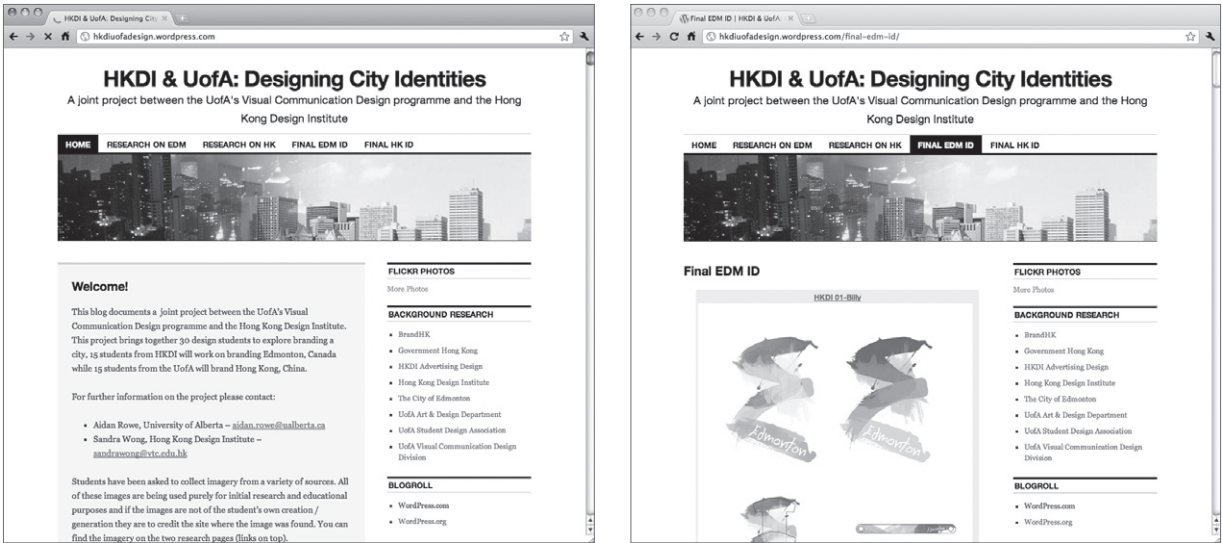


Fig 1. Blog used by students and staff for the HKDI / UofA Designing Cities Identities Project



Fig 2. HKDI / UofA Designing Cities Identities Project Work from University of Alberta and Hong Kong Design Institute Students



Kong, they still had to explore means of better understanding the culture and place. Hong Kong students studying at the UofA were invited in to talk about their culture and students also investigated other cultural representations - film, music, popular culture, etc.

Additionally, the students needed to devise means of communication and collaboration to work with their overseas partners. As noted a blog was set up for the overall project; students also employed email, Flickr and Skype to work together. Exploring alternative communicative models was useful for a variety of purposes - for example, it offered different contributory possibilities to students than normal class-based discussions in addition to recording their interactions with their international partners. As the blog records comments, students had different opportunities for reflection on feedback and longer term, considered discussions were possible. As Bruner notes it is principally through interacting with others that students “find out what the culture is about and how it conceives the world”. (1996:20) As one UofA student noted “Using the blog was great - I could really consider my feedback.”

Students also had to assume the roles of designer and client – they needed to document and communicate their own work but they also had to guide and critique their partner’s work. Allowing opportunities for students to move from passive to active, where they are responsible for analyzing and providing feedback is an important learning and developmental opportunity. “Working with my partner was both frustrating and enlightening. Having to critique their work was really difficult and opened my eyes.” (Comment from VCD Student)

The project also enabled opportunities of further exploration and reflection on our students’ own culture, a crucial point. Projects that take the interrogation of culture and communication as their focus offer the opportunity of distance, reflection and introspection. As Frascara notes the ultimate goal of design education is concerned with fostering “the development of thinking, judging, collecting information, organizing it, managing resources, and producing visual communications that are effective and sensitive to users, contents, and contexts”. (2007: 67) The Branding Cities project allowed 30 students the opportunity to collaborate across cultures and to design in a global context. (Bohemia & Harman: 60)

In addition to the focused collaborative Branding Cities project we also explored issues of culture and communication in a large multi-university project.

**BLURRING BOUNDARIES**

In 2008 the design department at Ewha Womens University in Seoul, Korea approached the Department of Art & Design at the University of Alberta, Canada with the offer to join their annual exchange exhibition entitled WAVE. This exhibition brought together work from a variety of art and design programmes from around the world with the University of Alberta planning to host the exhibition in 2009. An overall theme for the WAVE exhibition of Blurring Boundaries was set and students and staff from the participating schools created work to this theme. Each school juried their submissions and the selected pieces were then sent to the University of Alberta. The 2009 Blurring Boundaries exhibition brought together over 165 pieces of work

from five art and design programmes from around the world – with contributing schools from Canada, Korea, England and Wales. The exhibition opened in Canada and then moved to Korea. Prizes were also awarded to top student work.

The Blurring Boundaries theme for the exhibition took as its focal point the blurring of cultural boundaries. Staff and students interrogated this theme to create work for the exhibition. The project was worked into the curriculum at the UofA and students devised different means of exploring issues related to culture: how do we define culture? How do we represent culture? How is a new culture created?

Students used communication technologies as a means to research the brief and for their own specific responses. Skype conference calls were set up with participating schools in other countries allowing students to discuss and debate their projects and plans. Students from schools on different continents used these communication tools to collaborate on joint submissions, demonstrating what Broadbent and Cross refer to as “collaborative design”. (2003: 445) The show opening was digitally broadcast and Flickr galleries were set up to document and communicate all the work contained to contributors and the general public.

From an educational point of view the Blurring Boundaries exhibition provided a variety of benefits to participating students. As staff and students were working to the same brief – that of exploring the boundaries of culture – students were able to discuss and see how their global peers created work in response to the shared brief. All contributors could interrogate their work to the show’s theme but also to the other show pieces. As one UofA student noted “The Blurring Boundaries project offered a new perspective and changed how I think about what design could be.”

Additionally, as one of the main results of this collaborative project was a major exhibition that opened in Canada and then moved to Korea this project also took in the communicative nature of design. We were moving design out of the classroom and placing it in an environment for consideration and consumption by the general public. This not only became a major promotion piece – with local, national and international coverage – for the programmes and schools but also became a focal point for our design students to evaluate the work in gallery settings. (Rowe 2009)

This project also broadened and communicated the idea that design is not concerned solely with commercial activity. Here design was situated in a non-commercial environment dealing with complex, complicated and human issues. As Hall and Twemlow note it is imperative for design education to recognize and embrace this broader definition of design. (2011)

The WAVE Blurring Boundaries exhibition served as a very visual and public means of collecting work from a variety of international contributors. This allowed students (and staff) to interrogate work from around the world, explore issues of communication and collaboration, compare and contrast their work in relation to others and reflect upon how culture served as a contributing factor to the production of the work.

**CONCLUSION**

As technologies of communication continue to develop and proliferate there will be continued opportunity and need for dialogue and discussion across countries and



Fig 3. Opening of the Blurring Boundaries exhibition at the University of Alberta, Canada (top, image credit: Louise Asselstine) and at Ewha Womens University, Seoul, Korea

continents. (DiMarco 2011)

Continued globalization will ensure that opportunities for design will continue to flourish – allowing designers to work in new territories and cultures. To fully take advantage of these opportunities design students need an education where they can work in cross-cultural collaborative settings. Students need to be able to explore how they can work together globally, how they can communicate across different cultures and histories to establish their own design practice.

In this paper I have argued for the value of a design education that explores and interrogates the relationship between culture, communication and technology to help define the new landscape and possibilities afforded to design. The two projects presented explore these issues and document work that moves our conception of design practice to a more complex, rich and genuine one. The goal is to ensure that learning is linked with a “deep understanding” of how people interact and communicate in and across cultures. (Kelley & Littman 2005:8) Embedding these practices into design education will help to ensure we are educating designers that are both articulate and concerned global citizens and are able to practice design in a smart and informed manner. **A**

### ACKNOWLEDGEMENTS

The author would like to thank all the project participants and collaborators, specifically: Lecturer Sandra Wong and Senior Lecturer Thomas Kan at the Hong Kong Design Institute, China; and, Professor Byungkwon Oh and Assistant Professor InSohngii Kim at Ewha Woman's University, Korea.

## 서론

가공물(artefact)을 통해서 문화적 가치들이 전달된다. 그러므로 디자인은 그것이 한 시스템의 가치를 표현하는 중요한 전달 매체이다. (Moalosi, Popovic, and Hickling Hudson 2008: 177)

디자인의 세계는 극적으로 변화했다. 새로운 커뮤니케이션과 제작기술은 어떻게, 누구를 위해, 누구와 디자인 하는 가를 극적으로 변형시켰다. 예전에 우세했던 로컬 디자인, 제작(fabrication), 소비의 모델, 그리고 이 국지성에 동반된 공통의 언어와 이해는 확장되어 다양한 대체 디자인 시나리오를 포함하게 되었다. 예전에는 디자이너, 프로듀서, 유저가 물리적 위치를 공유했으나 이제는 이런 활동들이 종종 다양한 국가와 대륙에서 착수된다. (Bohemia, Harman, & Lauche 2009:18) 이 확장된 커뮤니케이션 모델은 또한 디자인에 기회를 준다. 디자이너들은 이제 국제적으로 일할 기회가 극적으로 증가했다. 예전에는 오직 지역적 문제에만 관여할 수 있었으나 이제는 세계적인 문제에 관여할 기회가 생겼다. 디자인은 이제 진정으로 글로벌한 일이 된 것이다.

이 변화하는 디자인 모델은 또한 디자인과 문화의 관계에 영향을 미친다. 역사적으로 디자인은 문화의 생산자이며 대표자였다. 즉 디자인된 가공물(artefact)은 특정한 역사, 언어, 사회를 구현하고 전달했다. (Moalosi, Popovic, and Hickling-Hudson 2008: 177) 디자이너와 유저가 공유된 문화를 벗어나면 새로운 디자인의 가능성을 얻게 된다.

변화하는 디자인의 전망은 기회를 제공함과 동시에 또한 많은 어려움을 준다. 기술을 통해 어떻게 성공적으로 협업할 것인가? 공통의 역사와 언어를 공유하지 않는 데 어떻게 효과적으로 소통할 것인가? 다른 문화와 또는 다른 문화를 위해 어떻게 디자인할 것인가? 기술을 이용해 스마트 디자인을 한다고 어떻게 보장할 수 있는가?

이런 것들이 디자인 직업에 그리고 디자인 교육에 직면한 문제들이다. 이 논문은 문화, 커뮤니케이션, 기술의 관계 그리고 디자인에 주어진 새로운 전망과 가능성을 탐구한다. 특히, 이 논문은 디자인 교육에 초점을 두고 문화, 커뮤니케이션, 기술의 관계를 탐구하여 학생들이 자신의 디자인 실행과 미래를 맡길 수 있는 교육을 주장한다. 이 논문은 아시아와 북미의 디자인 학생들이 함께 작업한 두 개의 협업 프로젝트를 제시한다. 한 프로젝트에서는 디자인 스쿨 학생들이 2인1조가 되어 커뮤니케이션과 문화정체성의 문제를 탐구하고, 두 번째 예에서는 아시아, 북미, 영국의 디자인 학생들의 작품을 모은 국제 협업 전시회를 기록한다.

이 논문은 디자인 교육의 초점으로서 문화, 커뮤니케이션, 기술을 사용하는데 있어서의 이점과 어려움을 검토하면서 끝을 맺는다. 미래의 디자인 교육 실행과 스마트 디자인을 가능케 하는 디자인 직업과 관련된 가능성이 제기된다.

### 디자인 실행과 교육에서의 변화

지난 30년간 디자인 직업에서 새로운 기회, 시장, 실행을 창출하는 극적인 기술적 변화를 보아왔다. 1980년대 데스크탑 출판의 도입에서부터 90년대 월드와이드웹의 부상을 거쳐 보다 최근의 3D 인쇄에 의해 제시된 가능성에 이르기까지, 디자인 실행과 기술적 변화의 관계는 계속 발전해왔다.

지난 10년간 우리는 온라인과 디지털 환경의 정착을 보았다. 이메일과 skype, wikis, blog 같은 웹 2.0 기술의 사용 증가는 커뮤니케이션과 협업의 기회를 주었다. 디자인 실행은 커뮤니케이션의 플랫폼으로써 그리고 디자인을 위한 공간으로써 이 기술들에 빨리 적응하고 이용해왔다. 예를 들어, 디자이너들은 World Wide Web, 전자상거래와 온라인 광고 같은 새로운 디자인 분야에서 그들

의 실행을 탐구하고 위치시켰다. 또한 디자이너들은 그들의 서비스를 국제적으로 설명하거나, 글로벌 파트너들과 협업하거나, 타 지역의 공급자에게 소싱을 할 때 통신의 가능성을 이용했다. 디자인 산업은 글로벌하고 문화를 넘나드는 커뮤니케이션과 제작으로 진입했다. 예전에는 디자이너, 클라이언트, 소비자가 물리적으로 함께 위치하여 문화적 배경을 공유했지만 오늘날에는 하나의 가공물(artefact)이 한 대륙에서 디자인되고, 다른 대륙에서 제작되고, 세 번째 대륙에서 팔릴 수도 있다. (Bohemia, Harman, & Lauche 2009: 18)

디자인의 세계화에는 독특한 이점이 있다. 비즈니스의 관점에서, 새 시장이 열리고 규모와 범위의 경제(economies of scale and scope)가 작용된다. 보다 총체적인 관점에서, 실제 풍부한 역사가 가능하고 Moalosi, Popovic, and Hickling-Hudson이 기술한 것처럼, 새로운 문화와의 협업 탐구는 “디자인 발상에 있어서 새로운 디자인 지식과 새로운 전략의 출발점”을 제공하여 디자인의 혁신을 잠재적으로 추진한다. (2008: 187)

그러나 이러한 실행에서 디자인의 세계화와 관련된 명확한 문제들이 발생한다. 이에 대해 Bohemia and Harmen은 “문화, 분야, 조직, 그리고 지리적으로 넘나드는 교류를 성공적으로 진행하고 협상하는 것은 종종 복잡한 문제이다” (2008: 59)라고 기술했다. 디자인의 세계화가 오직 비용 효율에만 초점을 맞추지 않는다고 어떻게 보장하겠는가? 지리적으로 넘나드는 교류를 위해 디자이너들을 어떻게 준비시킬 것인가? 새로운 문화와 행동에의 접근이 피상적이고 착취적인 것이 아니라 진정성이 있고 긍정적이라는 것을 어떻게 보장할 것인가?

이것들이 디자인산업과 디자인 교육이 직면한 문제들이다. 많은 예에서 디자인 교육이 이런 신기술이 준 기회를 포착하는데 능숙하지도 빠르지도 않았다. 최근에서야 세계화와 문화와 관련된 보다 일관되고 총체적인 교육 실행이 디자인 프로그램에 등장하였다. 그리고 대학들이 국제화를 추구한다고는 하나 이것은 새로운 시장에 진입하고 새로운 학생들을 끌어들이려는 바램에 의해 추진된 것이었다. 디자인 교육이 문화와 세계화라는 문제들을 조사, 탐구할 필요가 있다는 의견이 높아지고 있다. 디자인 학생들을 국제적 기회와 협업을 준비시키는 것 이외에 많은 가치 있는 학습 가능성들이 제시되고 있다. (Bohemia & Harman 2008: 60)(Hall & Twemlow 2011) 글로벌 상황에서의 디자인이 주는 주요 가능성중 하나는, 학생들이 세계를 변화시키는 자신의 능력을 인식하는 것이다. 국제적 협업을 통해 디자인 스튜디오로부터 실제의 세계로 교육을 끌어내는 것은 디자인의 국제적 가능성을 확인시킨다. 또한 Lombardi가 “진정한



그림 1. 학생과 스태프가 사용하는 HKDI / UofA: Designing Cities Identities 프로젝트 블로그



학습”이라고 부른, 즉 풍부하고 강력하고 진정한 교육을 창조하기도 한다.(2007: 2)

아래에서 다룰 이 두 프로젝트는 스마트 디자인을 가능케 하려는 목적과 함께 문화의 이슈를 조사하고 탐구하기 위해 개발되었다. 우리는 문화와 커뮤니케이션 그리고 어떻게 기술이 이 교류를 촉진할 수 있는가의 문제 탐구를 의도했다. 목표는 디자인 실행을 넓힘과 동시에 문화를 넘나드는 커뮤니케이션을 가능하게 하는 진정한 학습 환경을 만들어, 학생들이 로컬이나 글로벌 차원에서 비판적으로 사고하고 실행하게 하는 것이다. (Canniffe 2011) (Postman and Weingartner 1969: 2)

### Branding Cities: University of Alberta & Hong Kong design institute

2010년 겨울 학기에 University of Alberta (UofA)의 시각커뮤니케이션디자인 프로그램 학생들과 Hong Kong Design Institute (HKDI) 학생들이 Branding Cities라는 제목의 프로젝트를 협업했다. 이 프로젝트는 30명의 학생들을 모아서 brief 작업을 시켰는데, HKDI 학생들 15명은 Edmonton, Canada(UofA가 위치한 곳)을 브랜딩하고, UofA 학생들은 Hong Kong, China를 브랜딩하게 되었다.

Branding Cities는 HKDI 와 UofA의 스텝에 의해서 디자인되어 문화와 커뮤니티와 커뮤니케이션의 문제를 탐구할 것이다. 이 프로젝트를 기록하고 촉진하기 위해 블로그가 만들어졌고, 각 UofA 학생들은 HKDI 학생과 한 조를 이루어 프로젝트 내내 어드바이저 / 클라이언트 역할을 했다.

학생들은 할당된 도시를 리서치함으로써 시작했다. 다양한 리서치 방법이 초기 데이터를 모으는데 사용되었는데, Flickr Gallery들을 사용한 주요 어프로치가 촉진되었다. Flickr Gallery는 유저가 다른 유저들로부터 이미지를 모으고 조직하는 것을 허락한다. 즉 Flickr의 이미지 라이브러리를 탐색하여 하나의 셀렉션을 모을 수 있었다. HKDI 학생들은 Edmonton과 관련된 이미지를 검색하고 모으기 시작했고 UofA 학생들도 홍콩에 대해 똑같이 했다. 수집 후 학생들은 이미지들을 분석하고 할당된 지역에 대한 키워드를 모았다. 그 후 학생들은 그들이 발견한 것(Flickr Galleries와 키워드들)을 파트너에게 설명하여 피드백을 구했다. 그런 다음 학생들은 그 Gallery 셀렉션을 숙고하고 개선할 기회를 가졌다.

첫 리서치 과정이 끝나고 다음 단계는 도시의 브랜드 아이덴티티 개발이었다. 이 부분은 작업에 대한 비평과 피드백을 주는 파트너와 함께 세단계의 개선과 고찰을 거쳤다. 최종 브랜드 아이덴티티는 파트



그림 2. 앨버타대학교와 HKDI 학생들의 HKDI / UofA: Designing Cities Identities 프로젝트 작업

너와 현지의 학생들에게 온라인으로 프레젠테이션되었다.

brief의 주요 임무가 클라이언트를 위해 브랜드 아이덴티티를 개발하는 매우 스탠다드한 디자인 프로젝트인 한편, 문화와 커뮤니케이션 요소의 추가로 학생들에게 많은 이익을 제공하는 풍성한 프로젝트가 되었다.

먼저, 학생들은 자신들과 동떨어진(물리적으로, 역사적으로, 사회적으로) 문화 그룹을 위한 일차적, 이차적 리서치에 착수했다. UofA 학생들이 홍콩에 대한 지식이 있다고는 해도 그 문화와 장소를 이해하기 위한 보다 나은 수단을 찾을 필요가 있었다. UofA에서 공부하는 홍콩 학생들이 초대되어 그들의 문화를 얘기했고 또한 다른 문화적 표현들(영화, 음악, 대중 문화등)을 조사했다.

게다가, 외국인 파트너와 일하기 위한 커뮤니케이션과 협업의 수단을 강구할 필요가 있었다. 앞에서 언급했듯이 전체 프로젝트를 위한 블로그가 만들어졌다. 학생들은 또한 이메일, Flickr 와 Skype를 사용해서 함께 일했다. 대체 커뮤니케이션 모델을 찾는 것이 다양한 목표에 유용했다. 예를 들어, 그것은 외국인 파트너와의 상호작용을 기록하는 것 이외에 일반적인 교실 토론과는 다른 기여 가능성을 학생들에게 주었다. 블로그가 코멘트를 기록하기 때문에 학생들은 피드백을 숙고할 기회를 가졌고 장기적인 토의가 가능했다. Bruner가 기술하듯이 서로의 교류를 통해서 학생들은 문화가 무엇인지 그리고 그것이 세계를 어떻게 이해하는가를 발견했다.(1996: 20) 한 UofA 학생이 기술한 것처럼, “블로그를 사용한 것이 좋았다 - 나의 피드백을 고려할 수 있었다”.

학생들은 또한 디자이너와 클라이언트의 역할을 맡아야 했다. 자신의 작업을 기록하고 전달하면서 파트너의 작업을 비평하고 가이드 해야 했다. 피드백을 분석하고 제공할 책임을 맡음으로써 학생들이 수동적에서 능동적으로 움직일 기회를 갖게 된 중요한 학습과 발전의 기회였다. “파트너와 일하는 것은 힘들기도 했고 깨달음을 주기도 했다. 그들의 작업을 비평하는 것은 정말 어려웠고 내 눈을 뜨게 했다.”(VCD 학생의 코멘트)

이 프로젝트는 또한 학생 자신의 문화에 대한 탐구와 고찰의 기회를 주었다는 것이 중요한 포인트이다. 문화와 커뮤니케이션 조사에 초점을 맞춘 프로젝트는 거리감, 숙고, 자기성찰의 기회를 준다. Frascara가 기술했듯이, 디자인 교육의 궁극적 목표는 “유저, 콘텐츠, 그리고 상황에 대한 효과적이고 감수성이 있는 사고, 판단, 정보 수집, 정보 조직, 자원 관리, 그리고 시각적 커뮤니케이션 창조를 육성하는 것이다.(2007: 67) Branding Cities 프로젝트는 30명의 학생들이 문화를 넘어 글로벌한 환경에서 디자인 할 기회를 주었다 (Bohemia & Harman: 60).

우리는 협업에 초점을 맞춘 Branding Cities 외에, 하나의 거대한 멀티 대학 프로젝트에서 문화와 커뮤니케이션의 문제를 탐구했다.

### 경계의 모호(Blurring boundaries)

2008년 서울에 있는 이화여자대학교의 디자인과는 캐나다의 University of Alberta Art & Design 학과에 approach 어프로치했다. 매년 열리는 WAVE라는 제목의 교류 전시회에 참가를 제의했다. 이 전시회는 전 세계의 다양한 아트와 디자인 프로그램을 모은 것으로, University of Alberta가 2009년의 전시회를 주최할 계획이었다. 경계의 모호(Blurring Boundaries)라는 WAVE 전시회의 전체 테마가 설정되고 참여 학교 학생들과 스텝들은 이 테마를 위한 작품을 만들었다. 각 학교는 제출물을 심사했고 선정된 작품들은 University of Alberta로 보내졌다. 2009 Blurring Boundaries 전시회는 전 세계 다섯 개의 아트와 디자인 프로그램으로부터 165개가 넘



는 작품을 모았으며 캐나다, 한국, 잉글랜드, 웨일즈의 학교들이 출품했다. 전시회는 캐나다에서 열렸고 그 후 한국으로 옮겨왔다. 최고의 학생 작품에는 상이 주어졌다.

전시회의 Blurring Boundaries라는 테마는 모호해지는 문화의 바운더리에 초점을 맞추었다. 스텝과 학생들은 전시회의 작품을 만들기 위해 이 주제를 조사했다. 이 프로젝트는 UofA의 커리큘럼에 포함되었고 학생들은 문화와 관련된 이슈를 탐구하는 다양한 수단을 고안했다. 문화를 어떻게 정의하는가? 문화를 어떻게 표현하는가? 어떻게 새로운 문화가 창조되는가?

학생들은 brief를 리서치하고 자신만의 답을 찾는 수단으로 커뮤니케이션 테크놀로지를 사용했다. 다른 나라의 참가 학교에 skype 회의 전화가 설치되어 프로젝트와 계획을 토의했다. 다른 대륙에 있는 학교 학생들이 이런 커뮤니케이션 도구를 사용하여 공동 제출물에 협업하여 Broadbent와 Cross가 “공동 연구 디자인 collaborative design”(2003: 445)이라고 부른 것을 보여주었다. 개막식은 디지털로 방송되었고 모든 작품을 기록하고 출품자들과 일반 대중에게 전달하기 위해 Flickr 갤러리들이 설치되었다.

교육적인 관점에서 볼 때 Blurring Boundaries 전시회는 참가 학생들에게 다양한 이익을 주었다. 학생과 스텝이 문화의 바운더리를 탐구하는 똑같은 brief로 작업을 했기 때문에 외국 동료들이 공유된 brief에 대하여 어떻게 작품을 만드는지 토론하고 보는 것이 가능했다. 모든 출품자는 전시회의 주제에 맞춰 자신의 작품을 조사할 수 있었으며 또한 다른 전시회 작품도 조사할 수 있었다. 한 UofA 학생이 기술했듯이 “Blurring Boundaries 프로젝트는 새로운 시각을 주었고 디자인에 대한 나의 생각을 바꿔놓았다.”

게다가 이 협업 프로젝트의 주요 결과 중 하나는 캐나다에서 열린 후 한국으로 이동하는 중요 전시회였기 때문에, 이 프로젝트는 또한 디자인의 커뮤니케이션적인 성격을 가졌다. 우리는 디자인을 교실에서 꺼내어 일반대중이 생각하고 소비할 수 있는 환경에 갖다 놓았다. 이것은 이 프로그램들과 학교들에 대한 지역적, 국가적, 국제적 보도의 중요한 홍보물이 되었을 뿐 아니라 또한 디자인 학생들이 갤러리 환경에서 작품을 평가하는 초점이 되었다.(Rowe 2009)

또한 이 프로젝트는 디자인이 상업적 활동만은 아니라는 생각을 확장하고 전달했다. 여기서 디자인인은 복잡하고 인간적인 이슈를 다루는 비상업적인 환경에 놓여졌다. Hall and Twemlow가 기술하듯이 디자인의 이러한 폭넓은 정의를 인식하고 포용하는 것이 디자인교육에 필요한 것이다.

WAVE Blurring Boundaries 전시회는 다양한 국제적 출품자로부터 작품을 모으는 매우 시각적이고 공적인 수단으로 이용되었다. 이것은 학생(과 스텝)이 전 세계에서 작업을 조사하고, 커뮤니케이션과 협업의 이슈를 탐구하여 타 작품들과 자신의 작품을 비교, 대조하면서 문화가 작품 제작에 어떻게 기여하는지를 고찰하게 했다.

결론

커뮤니케이션 기술이 계속 발전하고 확산되면서 국가와 대륙을 넘나드는 대화와 토론의 필요와 기회는 계속될 것이다.(DiMarco 2011)

계속되는 세계화로 디자인의 기회가 증가하여 디자이너들은 새로운 영역과 문화에서 일하게 될 것이다. 이런 기회를 완전히 이용하기 위해서는 디자인 학생들이 문화를 넘나드는 협업 환경에서 일할 수 있는 교육이 필요하다. 학생들이 국제적으로 일할 수 있는 방법, 즉 다른 문화와 역사를 넘나드는 커뮤니케이션으로 자신의 디자인 실행을 확립할 방법을 탐구할 필요가 있다.

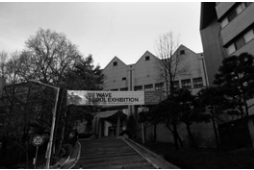


그림 3. 캐나다 앨버타대학교 (위: Louise Asselstine)와 이화여자대학교에서의 경계의 모호 전시회 오프닝

이 논문에서는 문화, 커뮤니케이션, 테크놀로지의 관계를 탐구하여 디자인에 주어진 새로운 전망과 가능성을 정의하는 디자인 교육의 가치를 주장했다. 제시된 두 프로젝트는 이러한 문제를 다루며, 우리의 디자인 실행 개념을 보다 복잡하고 풍부하고 진정한 것으로 만드는 작업을 진행했다. 기록한다. 목표는 사람들이 문화에서 그리고 문화를 넘어서 교류하고 의사소통하는 방법에 대한 “깊은 이해”와 교육이 연결되어있다는 것을 확인하는 것이다.(Kelly & Littman 2005: 8) 이러한 실천을 디자인 교육에 주입함으로써, 세계 문제에 관심을 가지고 분명하게 표현할 줄 아는 글로벌 시민으로서 스마트하고 지적으로 디자인을 실행할 수 있는 디자이너를 교육하고 있다는 확신을 얻을 수 있을 것이다.

감사의 말

저자는 모든 프로젝트 참가자와 협조해주신 Hongking Design Institute, China의 강사 Sandra Wong과 수석강사 Thomas Kan; 한국 이화여자대학교 오병권 교수와 김인성 조교수에게 감사를 표한다.

Reference

Bohemia, E. & Harman, K. (2008) “Globalization and product design education: the global studio.” Design Management Journal 3 (2): 53–68.  
Bohemia, E., Harman, K., & Lauche, K. (2009) The Global Studio : linking research and teaching. Amsterdam: Delft University Press/IOS Press.  
Broadbent, J, & Cross, N. (2003) “Design education in the information age.” Journal of Engineering Design 14 (4) (December): 439-446.  
Bruner, J. S. (1996) The Culture of Education. Cambridge & London: Harvard University Press  
Canniffe, B. (2011) Iridescent : Designing in and for communities: breaking institutional barriers and engaging design students in meaningful and relevant projects. [http://iridescent.icograda.org/2011/05/10/designing\\_in\\_and\\_for\\_communities\\_breaking\\_institutional\\_barriers\\_and\\_engaging\\_design\\_students\\_in\\_meaningful\\_and\\_relevant\\_projects.php](http://iridescent.icograda.org/2011/05/10/designing_in_and_for_communities_breaking_institutional_barriers_and_engaging_design_students_in_meaningful_and_relevant_projects.php).  
DiMarco, P. (2011) Iridescent : Issue-Based Design Education: Changing the way future communication designers are taught in a global society. [http://iridescent.icograda.org/2010/03/03/issue-based\\_design\\_education\\_changing\\_the\\_way\\_future\\_communication\\_designers\\_are\\_taught\\_in\\_a\\_global\\_society.php](http://iridescent.icograda.org/2010/03/03/issue-based_design_education_changing_the_way_future_communication_designers_are_taught_in_a_global_society.php).  
Frascara, J. (2007) Hiding Lack of Knowledge: Bad Words in Design Education. Design Issues: Volume 23, Number 4. Massachusetts Institute of Technology  
Hall, P. & Twemlow, A. (2011) FUDGE IT AND NUDGE IT in Lasky, Julie. New Contexts/New Practices: Six Views of the AIGA Design Educators Conference. <http://observatory.designobserver.com/entry.html?entry=22988>.  
Kelley, T., & Littman, J (2005) The Ten Faces of Innovation: IDEO’s Strategies or Beating the Devil’s Advocate & Driving Creativity Throughout Your Organization. New York: Doubleday  
Lombardi, M. (2007) Approaches that work: How authentic learning is transforming higher education. EDUCAUSE Learning Initiative (ELI) Paper 5.  
Lombardi, M. (2007) Authentic Learning for the 21st Century: An Overview. ELI Paper 1: 2007  
Moalosi, R., Popovic, V., and Hickling-Hudson, A. “Culture-orientated product design.” International Journal of Technology and Design Education 20, no. 2 (9, 2008): 175-190.  
Postman, N. & Weingartner, C. (1969) Teaching as a Subversive Activity. New York City: Dell Publishing  
Rowe, A. (2009) Internationalising Design Education: Thoughts and Experiences, DesignEd Asia Conference, Hong Kong, China 1-2 December 2009.